

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ И МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ (МНК)

С.В. Наркевич, студентка 3 курса,
кафедра экономических наук

В соответствии с документами ООН к МНК относят фирмы, функционирующие в двух и более странах, проводящие там научные исследования и имеющие многонациональные (децентрализованные) производство, менеджмент и владение капиталом. При перемещении МНК части своего производства за границу возникает замена внешнеторгового обмена международным производством – производством международных дочерних фирм. Это производство присуще именно МНК и составляет ее "внутренние рынки", основанные на динамично растущих прямых зарубежных инвестициях (ПЗИ). ПЗИ – приобретение резидентом одной страны длительного интереса в предприятии-резиденте другой страны путем получения части собственности данного предприятия и осуществления контроля его деятельности. Открывая свои дочерние фирмы в других странах, МНК осуществляет ПЗИ в экономику этих стран и тем самым способствует:

- увеличению возможностей человеческого капитала, эффективности производства и продаж, управления и освоения ноу-хау, технических и маркетинговых навыков, принесенных вместе с капиталом зарубежными инвесторами;
- более эффективному использованию факторов производства и вводу в оборот ранее неиспользуемых ресурсов;
- макроэкономическому стимулированию экономического роста путем повышения занятости населения в стране – получателе ПЗИ, благодаря созданию дополнительных рабочих мест в дочерних фирмах МНК;

Воздействие международной торговли на МНК

Учитывая позитивное влияние на экономику принимающих стран ПЗИ, т.е. появления в этих странах дочерних предприятий МНК, важно выяснить способы привлечения и причины осуществления ПЗИ, т.е. причины появления МНК. Теория возникновения МНК состоит из двух взаимосвязанных элементов:

- а) проблемы размещения**, иллюстрирующей причины распространения деятельности компании на зарубежные страны.
- б) проблемы интернализации**, отражающей причины подчинения всех видов деятельности предприятия управлению из единого центра.

Возникновение МНК как следствие проблемы размещения отражает необходимость распространения экономической деятельности фирм на иностранные территории в силу отсутствия другого способа выравнивания факторных цен, которые отличаются между странами из-за их различной обеспеченности этими факторами. Факторные вознаграждения не могут выровняться при помощи теоремы Хекшере-Олина-Самуэльсона, потому что в торгующих странах прежде всего отсутствуют одинаковые технологии. Страна, обладающая более изощренными технологиями, может иметь более высокие относительные цены обоих факторов производства по сравнению со страной, технология в которой более примитивна. Таким образом, возникновение МНК является следствием способности фирм использовать межстрановые различия в относительных факторных ценах с помощью передвижения производства в наиболее дешевые местоположения, что, в свою очередь, ведет к выравниванию факторных цен.

Достижение равновесия на рынках факторов производства способствует достижению каждой страной максимально выгодной для себя специализации и наглядно показывает и доказывает принцип всеобщего равновесия, которому должно подчиняться экономическое развитие.

Возникновение МНК как следствие проблемы интернализации является ответом на несовершенства товарных и факторных рынков. МНК создают свой собственный рынок, интернализируя внешний, т.е. заменяя рыночные сделки контрактными отношениями между дочерними фирмами, учитывая в своей практике ценообразования некоторые внешние факторы, ранее не являющимися объектами рыночных отношений. У фирмы существует три возможности интернализации рынка:

1. **обслуживание зарубежного рынка через экспорт своей продукции;** которое, во-первых, усложняет процесс адаптации продукта к местному рынку, ибо не всегда адекватно учитывает все потребности местного рынка. Во-вторых, зарубежные потребители часто избегают широкого использования импортируемого продукта, поскольку чувствуют себя незащищенными от возможной будущей необходимости отказаться от данного продукта при изменении характера торговли страны-экспортера;
2. **лицензирование фирм за границей (франчайзинг),** которое приемлемо тогда, когда преимущество фирмы-лицензиара лежит лишь в одной инновационной технологии или продукте. В таком случае информация, на которой основывается преимущество родительской фирмы, может быть целостно передана зарубежной фирме. Лицензирование невозможно, когда информация состоит из предпринимательских навыков обслуживания рынка и не может быть оторвана от предпринимательских кадров; когда процесс инновации продукта требует постоянно продолжающихся исследований и тестирований рынка; когда информация или ее стоимость на зарубежном рынке не определена, потому что тогда родительская фирма-лицензиар при ее продаже не получает всей причитающейся ей прибыли. При этом большие фиксированные издержки, которые необходимы для защиты лицензированной информации, создают дополнительные препятствия развитию данной формы интернализации рынка. Тогда возникает следующая форма:
3. **создание производственных мощностей за рубежом (осуществление ПЗИ):**
 - через создание совместных с принимающей страной предприятий (СП);
 - через открытие своих дочерних фирм, которые, в отличие от СП, находятся в полной собственности МНК, что позволяет усилить контроль над сбытом, технологией и международной интеграцией производства, а также сохранить монополистическое право на эксклюзивное производство продукции. Открытие дочерних фирм на местных рынках облегчает адаптацию продукта к местному рынку и улучшает его качество: продукты становятся все более наукоемкими и изощренными. Создание производственных мощностей на местных рынках позволяет аккуратнее походить к удовлетворению местных нужд, чем это могло бы быть достигнуто при централизованном производстве в одной стране.

Эволюция международной торговли при МНК

Хотя возникновение МНК является результатом торговых взаимоотношений между странами, при определенных условиях, оно также оказывает обратное воздействие на развитие международной торговли. При существовании МНК международная торговля, во-первых, принимает новые формы – внутрифирменная торговля, во-вторых,

стимулирует дальнейшую эволюцию уже существующих форм – внутриотраслевая торговля.

Внутрифирменная торговля. Она свойственна сугубо МНК и происходит через импорт родительской фирмы продукции своих дочерних предприятий и экспорт продукции родительской фирмы ее дочерними предприятиями. Определение объема такой внутрифирменной торговли осложняется отношениями внутри предприятия: торговые сделки осуществляются по трансферным ценам, что приводит к искажению действительных рыночных отношений. Трансфертные цены – внутренние цены, которые отклоняются от уровня подлинно рыночных цен в любую сторону, в зависимости от конкретной ситуации в различных странах, связанной прежде всего с налогообложением прибыли и размерами таможенных пошлин. Занижение мировых цен приводит к перераспределению прибылей в пользу дочерних предприятий МНК, а завышение мировых цен – к перераспределению прибылей в пользу предпринимательского центра МНК.

С деятельностью МНК связано более 75% объема международной торговли, при этом всевозрастающая ее часть приходится на внутрифирменные сделки МНК, т.е. международная торговля постепенно превращается во внутрифирменную торговлю крупных корпораций [8].

Внутриотраслевая торговля. В условиях монополистической конкуренции международная торговля МНК состоит из двух частей: внутриотраслевой торговли – торговли, состоящей из двухстороннего обмена схожими дифференцированными продуктами, и межотраслевой торговли – торговли, состоящей из обмена различным продуктам.

Деятельность МНК и их ПЗИ обуславливают возрастание доли внутриотраслевой торговли, которая, в отличие от межотраслевой, не отражает сравнительных преимуществ. Существует две основные причины внутриотраслевой торговли дифференцированными товарами:

1. **экономия на масштабе;** ее достижение требует специализации лишь на нескольких ассортиментах продукции, ибо нельзя одновременно добиться снижения фиксированных издержек по всем ассортиментам дифференцированной продукции. Специализируясь же на меньшем наборе благ, страна повышает производительность и снижает издержки, реализуя экономию на масштабе.
2. **дифференциация продукции;** в каждой стране производятся товары, предназначенные для удовлетворения нужд потребителей, однако потребители между собой не похожи и поэтому предпочитают продукты со слегка различными характеристиками. Объяснение характера торговли дифференцированными товарами в этом случае, согласно теории Стефана Линдера, находится скорее не на стороне предложения, когда стремятся объяснить характер торговли тем, что издержки производства в одной стране меньше, чем в другой, а на стороне спроса.

Выигрыши от внутриотраслевой торговли связаны, в первую очередь, с расширением размера рынка. Во-вторых, благодаря импорту страна одновременно сокращает число производимых товаров и увеличивает число потребляемых, т.е. потребители получают более широкий выбор. В-третьих, влияние внутриотраслевой торговли на распределение доходов очень мало, и при ней выигрывают даже дефицитные ресурсы, в отличие от торговли по теории Хекшера-Олина.

В настоящее время около 1/4 мировой торговли приходится на встречные поставки однотипных промышленных продуктов [5]. Особенно внутриотраслевой обмен получил развитие между странами с примерно одинаковым уровнем экономического развития, поскольку уровни квалификации их рабочей силы, как и другие соотношения факторных запасов, стали похожими. В этих странах осталось мало отраслей, где существуют сравнительные преимущества по всему спектру продуктов. Значительный объем торговли осуществляется и между странами с похожими характеристиками: богатые страны торгуют с богатыми, а бедные с бедными. Это происходит потому, что, согласно теории Линдера, страны с похожим уровнем жизни потребляют похожие виды товаров.

Внутриотраслевая торговля играет важную роль в отраслях, выпускающих сложные изделия: химическую продукцию, энергетическое оборудование. Согласно показателям внутриотраслевой торговли для экономики США в 1989, электротехнические товары, продукты органической и неорганической химии характеризовались наивысшей долей внутриотраслевой торговли в объеме общей торговли [3]. С другой стороны, внутриотраслевой обмен слабо выражен в торговле простыми трудоемкими товарами (обувь, одежда), которые США экспортируют преимущественно из развивающихся стран в соответствии с принципом сравнительных преимуществ.

В заключение, появление МНК усложняет и развивает мирохозяйственные связи и структуру экономических отношений, поскольку оно не только является следствием торговли между различными странами и стимулом к экономическому развитию принимающих стран, но и трансформирует международную торговлю, придавая ей новые формы существования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дэниэлс Дж.Д., Родеба Ли.Х. Международный бизнес. Внешняя среда и деловые операции. М., 1998, 784 с.
2. Киреев А.П. Международная экономика. М., 1997, ч.1, 416 с.
3. Кругман П., Обстфельд М., Международная экономика. Теория и политика. М., 1997, 770 с.
4. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М., 1993, 896 с.
5. Безрукова А.И. Международные связи в системе транснационального бизнеса. М., 1994, 136 с.
6. Отчет о мировом развитии – 1995. Трудовые ресурсы и глобализация экономики// Всемирный Банк, Вашингтон, 174 с.
7. Производство с иностранным участием// Экономист, 1996, № 12, с.51-57.
8. Щетихин В.Д. Роль транснациональных корпораций (ТНК) в мировом хозяйстве и их воздействие на международную конкуренцию// Политэконом, 1997, № 3-4, с.56.
9. A Simple Theory of International Trade with Multinational Corporations// Helpman Elhanan, from International Trade. Selected Readings by Bhagwati J. New York, 1986, p.520.
10. Husted Steven, Melvin Michael. International Economics. New York, 1989, p.552.
11. Krugman Paul R. Rethinking International Trade. London, 1990, p.282.